

CRÍTICA DE LIBROS

María Jesús RIVERA

La ciudad no era mi lugar

Servicio de Publicaciones de la Universidad Pública de Navarra
Pamplona, 2007

La vuelta al campo (al medio rural) como vía de escape o huida de las grandes ciudades, es un fenómeno ligado a las nuevas preferencias residenciales de los individuos en las sociedades industriales avanzadas. Su interés sociológico es indudable, ya que refleja cambios profundos en la forma de entender la modernidad y en el modo que tienen los seres humanos de relacionarse con la naturaleza. Este es el tema que trata María Jesús Rivera en su libro, *La ciudad no era mi lugar*, editado por la Universidad Pública de Navarra y en el que se recogen las principales conclusiones de su investigación de tesis doctoral realizada en el departamento de Sociología de esa Universidad.

Optar por vivir en el medio rural puede estar motivado por una gran variedad de factores: desde la mera motivación económica (reducir los costes de la vida), a motivaciones más complejas, como la búsqueda de nuevas experiencias (más humanas) en las relaciones sociales, el anhelo de más tranquilidad y sosiego, el deseo de tener un mayor contacto con la naturaleza, etc. Para comprender este conjunto de motivaciones hay que tener en cuenta la dimensión social del ser humano y la importancia que tiene el entorno residencial en la construcción de nuestra identidad. Es bien cierto que el tipo de vivienda y el entorno residencial nos

proporciona un modo de vida, que puede ser el que siempre hemos deseado, pero que también puede ser objeto de rechazo y animadversión, provocando la búsqueda de nuevos hábitat para vivir. En este último caso, frecuente en las edificaciones uniformes construidas en barrios impersonales y deshumanizados, la vivienda pierde su importancia simbólica. El llamado “urbanismo racionalista” transforma la construcción de casas en un proceso de producción en masa, de tal modo que la vivienda pierde el carácter singular que tenía para las familias en épocas pretéritas.

Bajo el impulso del modelo de producción fordista, la ciudad acabó convirtiéndose en el centro del poder político y administrativo y en el lugar donde se concentran los servicios y las principales áreas de trabajo; en definitiva, la ciudad como centro económico y político. Esta tendencia tuvo como efecto la redefinición del medio rural, que, de haber sido históricamente el principal centro de actividad económica (por la importancia de la actividad agraria), pasó a ser identificado como un lugar periférico y aislado del medio urbano. Sin embargo, los recientes desarrollos tecnológicos y el desarrollo de las comunicaciones han reducido la distancia en tiempo y espacio entre el campo de la ciudad, de tal forma que hoy se puede vivir en un lugar diferente de donde se trabaja.

Se diluyen las diferencias rural-urbanas

Estos cambios han conducido a que pierdan sentido las diferencias rural-urbanas, criticándose como idea ya caduca la separación entre el medio rural y el medio urbano. En ese contexto se sitúa el debate sobre el fenómeno de la “contra-urbanización”, es decir, el mayor crecimiento demográfico de las áreas no metropolitanas, debate que tuvo su inicio en los EEUU en la primera mitad de los años 70 del pasado siglo XX. El trabajo de María Jesús Rivera estudia este fenómeno en Navarra, mostrando la realidad empírica de un acontecimiento que responde a una lógica muy extendida a nivel general en los países industriales avanzados.

Para explicar el fenómeno de la contra-urbanización, entendido como la instalación en el medio rural de población proveniente del medio urbano con el objetivo de situar allí su residencia, suelen proponerse diversos factores motivacionales: unos, económicos, relacionados con las nuevas oportunidades de empleo en el medio rural; otros, culturales o de bienestar, conectados con la esfera del consumo, la salud, la educación de los niños, la calidad de vida, la relación con la naturaleza, etc.

Tomando como referencia el proceso de configuración residencial de Pamplona, y su área metropolitana, en el libro se indica cómo en las últimas cuatro décadas se ha venido produciendo una radical transformación. Se ha pasado de un fuerte éxodo rural durante el apogeo de la industrialización en los años sesenta y setenta del pasado siglo XX, a un proceso de contra-urbanización (de repoblación de las áreas rurales) en la década de los ochenta. Este proceso

es protagonizado, sobre todo, por los llamados habitantes “neorrurales”, en su mayoría jóvenes, con una media de edad de 37 años, con un nivel educacional medio o alto y, por lo general, empleados en diversas profesiones y sectores laborales. En comparación con los habitantes más antiguos de las áreas rurales del entorno de Pamplona, estos recién llegados procedentes de la ciudad tienen un mayor nivel de escolaridad y presentan un mayor predominio de trabajadores activos.

El reclamo publicitario de la naturaleza

La importancia de la publicidad en las sociedades contemporáneas es evidente. Por ello, resulta de interés conocer los contenidos de los mensajes publicitarios para estudiar el ambiente social en el que se enmarca el fenómeno de la instalación en el medio rural de individuos procedentes del medio urbano. La publicidad les ofrece un mundo imaginario de calidad de vida, donde el tráfico, el stress, la polución, etc., típicos de la ciudad, son contrastados por la tranquilidad, el sosiego, la disponibilidad de tiempo libre y el contacto con la naturaleza, del medio rural. En ese contexto, los anuncios publicitarios de zonas residenciales en el medio rural enaltecen la naturaleza que rodea a las viviendas, rodeadas de complejos polideportivos que si bien no están necesariamente relacionados con la calidad de vida, sí lo están con el culto al cuerpo y el estatus social. Además, se emite un mensaje de libertad como premio al éxito económico y social.

La vuelta al campo es entendida, por los individuos, sin embargo, como una nueva forma de integración entre la ciudad y el

medio rural. Las personas que se trasladan al campo buscan la calidad de vida proporcionada por el medio rural, pero sin dejar por ello de renunciar al disfrute de las comodidades y facilidades que proporciona la ciudad. Por ello, la publicidad incorpora la idea de que en el medio rural no se vive en completo aislamiento, sino que hay fácil acceso a las áreas urbanas. Esa es la razón por la cual la naturaleza que rodea las casas en los anuncios publicitarios es una naturaleza domesticada, transformada o, como dice la autora, “civilizada”, para que pueda ser disfrutada sin las incomodidades que provocaría un espacio natural en estado salvaje. Estas nuevas propuestas residenciales nos remiten a la idea de que tenemos poder sobre nuestro destino, que podemos cambiar de vida si queremos, que podemos escapar de los problemas urbanos.

Una tipología de los neo-rurales

El estudio empírico del proceso de instalación de población urbana en el medio rural del área de Pamplona, permitió a la autora de la investigación definir tres tipos de neo-rurales, según sus diferentes motivaciones y modos de vida.

El primero tipo es denominado de *distopía pragmática*, y según la autora estaría formado por aquellas personas que se trasladan al medio rural como salida para encontrar un espacio amplio donde poder resolver muchos de los problemas prácticos que encuentran en las ciudades (dificultades de acceder a viviendas amplias, carencia de zonas verdes, etc.), incluyendo los problemas económicos (el coste de la vivienda y de la vida en general). Este grupo

se caracterizaría por instalarse en espacios cercanos al entorno de la ciudad, utilizando el coche para reducir al máximo el tiempo del trayecto entre el lugar de residencia y el lugar de trabajo. En relación con el vecindario, buscan independencia y libertad, sin preocuparse de implicarse en el entorno. Estos neo-rurales sólo están interesados en vivir en su nueva localidad como lugar de residencia, pero manteniendo estrechas relaciones con la ciudad, lo que les lleva a no tener especial interés en integrarse o participar en la vida local.

El segundo grupo es denominado por la autora como *utopía de refugio*, y estaría formado por los que ven en el medio rural un lugar para protegerse de los problemas ocasionados por la ciudad en su calidad de vida, sin que existan motivaciones de tipo económico para esa decisión. A pesar de mantener sus prácticas cotidianas ligadas a la ciudad, la critican por considerar que la ciudad es causa de la deshumanización de las relaciones personales. Este grupo abandona la ciudad por razones más ideológicas que pragmáticas, motivado por la necesidad de satisfacer un deseo que le viene de antiguo, a veces un anhelo de recuperar valores perdidos, de reconstruir su infancia, de asistir a fiestas o verbenas, o de visitar sitios donde han pasado vacaciones o fines de semana. Por ello, este grupo de neo-rurales se preocupa por implicarse más con la comunidad local, si bien procuran aprovecharse de las facilidades que ofrece la ciudad para determinados servicios.

El tercer y último grupo es el que más participa en la vida local/rural siendo denominado por la autora *utopía de arraigo*. Sus protagonistas se instalan en el medio rural

porque desean alejarse lo más posible de los efectos negativos de la vida urbana, buscando un lugar distante de la ciudad y su rutina. Para este grupo, el hecho de volver a su nueva vivienda después de un día de trabajo en la ciudad no es suficiente, sino que necesitan algo más, y eso lo encuentran mediante su participación activa en la vida cotidiana de la comunidad donde residen y formando parte de las redes sociales. Esto significa transformar sus vidas radicalmente, cambiando incluso de trabajo o renunciando al uso de coche propio.

El libro finaliza con una cuestión que plantea la autora para el debate, y es la de si las áreas rurales estarían volviéndose cada vez más urbanas. Ante esta pregunta, la autora opina que no. Señala que si bien los individuos que se trasladan al campo incorporan, ciertamente, a las áreas rurales nuevas costumbres, estilos, valores y prácticas de carácter urbano (una especie de urbanización de lo rural),

el medio rural tiene costumbres y valores propios que le permiten mantener su singularidad, impregnando de tales valores no sólo a las personas que se instalan en las comunidades rurales, sino a la población urbana (ruralización de lo urbano). Decir que el mundo rural se está haciendo urbano, sería afirmar que las áreas rurales no tienen capacidad para intercambiar valores e informaciones, y que son un mero receptor de influencias externas, y esa es una afirmación que la autora de este libro rechaza. Como prueba de ello señala la gran cantidad de valores rurales que están presentes hoy en el medio urbano, como puede verse en la proliferación de áreas verdes en las ciudades o en la expansión de mesones donde se consumen productos directamente traídos de las áreas rurales.

GUILLHERME MARGARIDO ORTEGA
Universidad de Campinas (Brasil)